

**ANALYSIS OF *EMPLOYER ATTRACTIVENESS* AND *USE OF
SOCIAL MEDIA TO CORPORATE REPUTATION* AND *JOB
CHARACTERISTICS* ASTRA CREDIT COMPANIES AND
IMPLICATION ON *INTENTION TO APPLY* : STUDY AT END
LEVEL STUDENT JABODETABEK**



THESIS

Written as a prerequisite to acquire a Bachelor of Economics (B. Ec)

Lita Mutiasari

14130110095

MULTIMEDIA NUSANTARA UNIVERSITY

2018

**ANALISIS PENGARUH *EMPLOYER ATTRACTIVENESS* DAN
USE OF SOCIAL MEDIA TERHADAP *CORPORATE
REPUTATION* DAN *JOB CHARACTERISTICS* ASTRA CREDIT
COMPANIES SERTA IMPLIKASINYA DENGAN *INTENTION TO
APPLY* : TELAAH PADA MAHASISWA TINGKAT AKHIR DI
JABODETABEK**



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Lita Mutiasari
14130110095

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

2018

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH *EMPLOYER ATTRACTIVENESS* DAN *USE OF SOCIAL MEDIA* TERHADAP *CORPORATE REPUTATION*
DAN *JOB CHARACTERISTICS* ASTRA CREDIT COMPANIES SERTA
IMPLIKASINYA DENGAN *INTENTION TO APPLY* : TELAAH PADA MAHASISWA
TINGKAT AKHIR DI JABODETABEK

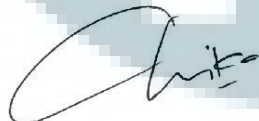
Oleh:

Nama : Lita Mutiasari
NIM : 14130110095
Fakultas : Bisnis
Program Studi : Manajemen

Tangerang, 15 Februari 2018

Ketua Sidang

Penguji



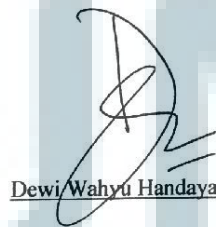
Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.



Anthony Halim B.Sc., M.B.A.

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen



Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M.



Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Dengan ini saya :

Nama : Lita Mutiasari

NIM : 14130110095

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**ANALISIS PENGARUH EMPLOYER ATTRACTIVENESS DAN EMPLOYER USE OF SOCIAL MEDIA TERHADAP CORPORATE REPUTATION DAN JOB CHARACTERISTICS ASTRA CREDIT COMPANIES SERTA IMPLIKASINYA DENGAN INTENTION TO APPLY : TELAAH PADA MAHASISWA TINGKAT AKHIR DI JABODETABEK**" merupakan hasil dari karya saya sendiri dan bukan plagiat dari karya ilmiah orang lain dan lembaga lain. Segala informasi yang ada pada skripsi ini dicantumkan dalam daftar pustaka. Selain itu saya juga menyatakan bahwa data penelitian yang saya gunakan dalam penelitian ini adalah data asli dari responden dan tidak dimanipulasi.

Tangerang, 15 Februari 2018


Peneliti



Lita Mutiasari

UMN

INSPIRING QUOTES



*People do not buy goods and services, they buy
relations, stories and magic*

- SETH GODIN-

UMN

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang senantiasa memberikan berkat, rahmat, karunia dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul “ANALISIS PENGARUH *EMPLOYER ATTRACTIVENESS* DAN *EMPLOYER USE OF SOCIAL MEDIA* TERHADAP *CORPORATE REPUTATION* DAN *JOB CHARACTERISTICS* ASTRA CREDIT COMPANIES SERTA IMPLIKASINYA DENGAN *INTENTION TO APPLY* : TELAAH PADA MAHASISWA TINGKAT AKHIR DI JABODETABEK“ Skripsi ini dibuat guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) di Universitas Multimedia Nusantara.

Skripsi yang dibuat oleh penulis tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak baik berupa bimbingan dan juga dukungan kepada penulis. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis, khususnya kepada :

1. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan peneliti sepenuhnya dukungan baik moral maupun materil.
2. Ibu Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing sekaligus Ketua Program Studi Manajemen yang telah dengan sabar membimbing penyelesaian skripsi ini tahap demi tahap, memberikan dukungan, saran, serta pesan yang sangat bermanfaat baik bagi peneliti maupun penelitian ini.
3. Ibu Nosika Rizkalla S.E., M.Sc. selaku ketua sidang skripsi yang telah memberikan masukan dan saran sehingga skripsi ini lebih baik.
4. Bapak Anthony Halim B. Sc., M.B.A. selaku penguji ahli dalam sidang skripsi yang telah memberikan masukan dan saran sehingga skripsi ini lebih baik.

5. Bapak Roberto Maria Sontani selaku *Recruitment Head Office* dan Ibu Eva Silviana selaku *Recruitment Analysis* di Astra Credit Companies yang bersedia meluangkan waktu dan pikirannya sebagai narasumber yang memberikan saran serta informasi yang sangat bermanfaat melalui diskusi sehingga dapat membantu peneliti untuk menyempurnakan lebih jauh isi dari penelitian ini.
6. Kepada Rinny Arifa, Firlie Bahri, Remy Anggraini, Safira Riskiana dan Dilla Puspitasari yang meluangkan waktunya untuk melaksanakan *focus group discussion* sehingga penulis mendapatkan informasi yang dibutuhkan.
7. Kepada Dallia Sari, Elizabeth, Nurul Azizah, Putri Fatimatuzzahra dan Christian Wijasa yang bersedia meluangkan waktunya untuk melaksanakan *in depth interview* sehingga penulis mendapatkan informasi yang dibutuhkan.
8. Gregorius Ternando, Albert Rostandy dan Aldo Winata yang telah membantu dalam memberikan kritik dan saran yang membangun selama proses penulisan penelitian ini.
9. Responden yang sudah menyediakan waktunya mengisi kuesioner yang sudah disebarkan secara *online* ataupun *offline*.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu-persatu yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran agar penulis dapat membuat karya yang lebih baik lagi.

Tangerang, 15 Februari 2018

Lita Mutiasari (14130110095)

ABSTRAK

Memiliki karyawan yang berkualitas, berkomitmen, berdedikasi, produktif, dan memiliki loyalitas tinggi tentu merupakan sesuatu hal yang sangat penting, fakta mengenai keadaan tenaga kerja di Indonesia bahwa permintaan akan pekerja dengan kualifikasi tinggi melampaui suplai tenaga kerja yang ada. Hal ini menuntut perusahaan untuk dapat menjalankan proses *recruitment* secara efektif dan efisien agar mendapatkan karyawan yang berkualitas. Maka muncul sebuah permasalahan mendasar mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi intensitas niat para calon pelamar kerja untuk melamar pekerjaan (*Intention to apply for a job*) disuatu organisasi?

Adapun beberapa faktor yang dipercaya dapat mempengaruhi *intention to apply for a job* seperti *employer attractiveness*, *Employer employer used of social media*, *corporate reputation* hingga *job characteristics*. Dengan memilih Astra Credit Companies sebagai objek penelitian, penelitian ini memadukan studi secara deskriptif. Melalui metode *nonprobability sampling*. Dengan menggunakan teknik *judgemental sampling*, pengumpulan data dilakukan dengan menyediakan kuesioner baik secara *online* dan *offline* melalui media sosial kepada mahasiswa tingkat akhir di JABODETABEK, IPK diatas 2,75, memiliki pengalaman *internship* serta tertarik untuk melamar pekerjaan di Astra Credit Companies yang dianggap sebagai calon karyawan yang berkualitas. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan metode *Structural Equation Model* (SEM) dengan aplikasi AMOS versi 22.0.

Lebih lanjut hasil uji hipotesis yang dilakukan penelitian ini menemukan bahwa terdapat hubungan yang positif diantara *employer attractiveness* dengan *corporate reputation*, *employer employer used of social media* dengan *corporate reputation*, *corporate reputation* dengan *intention to apply for a job* serta *job characteristics* dengan *intention to apply for a job*. Adapun RMSEA dari penelitian ini adalah 0,079 dan nilai X^2/df senilai 2,24.

Kata kunci : *Employer Branding, Employer attractiveness, Employer employer used of social media, Corporate reputation, Intention to apply for a job, Job characteristics*

ABSTRACT

Having qualified, committed, dedicated, productive, and highly loyal employees is certainly very important, the facts about the employment situation in Indonesia that demand quality workers beyond the existing supply of labor. This requires companies to be able to run the recruitment process effectively and efficiently in order to get quality employees. So comes the underlying problem of what factors can affect the intensity of job applicant candidates to apply for a job (the purpose of applying for a job) within an organization?

As for several factors that are believed to affect the intention to apply for a job such as employer attractiveness. Employer employer used of social media, corporate reputation to job characteristics. By selecting Astra Credit Companies as the object of research, this research combines descriptive study. With nonprobability sampling method by using judgemental sampling technique, data collection is done by providing questionnaires both online and offline through social media to final year students in JABODETABEK, GPA above 2.75, have internship experience and are interested to apply for jobs in Astra Credit Companies which are considered as prospective employees quality. The data obtained is then processed by the method of Structural Equation Model (SEM) with application of AMOS version 22.0.

Furthermore, the hypothesis test results of this study found a positive relationship between the attractiveness of the company with the reputation of the company, the company that used social media with the reputation of the company, the reputation of the company with the intention to apply for jobs and job characteristics with the intention to apply for a job. The RMSEA of this study is 0.079 and the value of χ^2 / df is 2.24.

keyword : Employer Branding, Employer attractiveness, Employer employer used of social media, Corporate reputation, Intention to apply for a job, Job characteristics

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	i
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	21
1.3 Tujuan Penelitian	24
1.4 Batasan Masalah.....	24
1.5 Manfaat Penelitian	25
1.5.1 Manfaat akademis	25
1.5.2 Manfaat Praktis	26
1.6 Sistematika Penulisan	26
BAB II LANDASAN TEORI	29
2.1 Tinjauan Pustaka	29

2.1.1 <i>Human Resource Management</i>	29
2.1.2 <i>Recruitment</i>	31
2.1.3 <i>Online Recruitment</i>	32
2.1.4 <i>Social Media Recruiting</i>	33
2.1.5 <i>Recruitment and Selection Process</i>	34
2.1.6 <i>Employer Branding</i>	36
2.1.7 <i>Organizational Attractiveness</i>	37
2.1.8 <i>Corporate Reputation</i>	41
2.1.9 <i>Employer Employer Used of Social Media</i>	42
2.1.10 <i>Intention to Apply For a Job</i>	43
2.2 <i>Hubungan Antar Variabel</i>	50
2.2.1 <i>Dimensi Employer Attractiveness Terhadap Corporate Reputation</i>	50
2.2.2 <i>Social Media Terhadap Corporate Reputation</i>	51
2.2.3 <i>Corporate Reputation Terhadap Intention to Apply For a Job</i>	52
2.2.4 <i>Job Characteristic Terhadap Intention to Apply For a Job</i>	53
2.3 <i>Model Penelitian</i>	54
2.4 <i>Penelitian Terdahulu</i>	55
BAB III METODELOGI PENELITIAN	62
3.1 <i>Gambaran Umum Objek Penelitian</i>	62

3.1.1 Tentang Astra Credit Companies	62
3.1.2 Visi, Misi dan Values Astra Credit Companies	65
3.1.3 Struktur Organisasi Astra Credit Companies	66
3.2 Desain Penelitian.....	68
3.2.1 Jenis Penelitian.....	69
3.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	70
3.3.1 Populasi	70
3.3.2 <i>Sampling Unit</i>	71
3.3.3 <i>Sampling Frame</i>	72
3.3.4 <i>Sampling Techniques</i>	72
3.4 <i>Sampling Size</i>	76
3.5 <i>Sampling Process</i>	76
3.5.1 Sumber Data.....	76
3.5.2 Metode Pengumpulan Data.....	77
3.6 Periode Penelitian.....	78
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	80
3.7.1 Variabel Bebas	81
3.7.2 Variabel Terikat	83
3.8 Tabel Operasional Variabel.....	84

3.9 Teknik Analisis Data.....	91
3.9.1 Uji <i>Pre-Test</i>	91
3.9.2 Uji Validitas	93
3.9.3 Uji Reabilitas.....	95
3.10 <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	95
3.10.1 Kecocokan Model Keseluruhan	97
3.10.2 Kecocokan Model Pengukuran	98
3.10.3 <i>Second Order Confrimatory Factor Analysis</i> (2nd CFA)	99
3.10.4 Kecocokan Model Struktural	100
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	100
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	100
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	101
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	101
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili	102
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Indeks Prestasi Kumulatif (IPK)	103
4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Angkatan Kuliah	104
4.1.6 Profil Responden Berdasarkan Fakultas	105
4.1.7 Profil Responden Berdasarkan Perilaku Responden dalam Menggunakan Media Sosial.....	106

4.2 Analisa Deskriptif	109
4.2.1 <i>Employer attractiveness</i>	110
4.2.2 <i>Employer Employer Used of Social Media</i>	116
4.2.3 <i>Corporate reputation</i>	118
4.2.4 <i>Intention to apply for a job</i>	119
4.2.4 <i>Job Characteristics</i>	121
4.3 Uji Instrumen <i>Pretest</i>	122
4.3.1 Uji Validitas <i>Pretest</i>	122
4.3.2 Uji Reabilitas <i>Pretest</i>	124
4.4 Uji Instrumen <i>Main Test</i>	126
4.4.1 Hasil Analisis Model Pengukuran	127
4.4.2 Uji Kecocokan Struktural Model	132
4.5 Uji Hipotesis	135
4.6 Interpretasi Hasil	137
4.6.1 Hasil Pengaruh Employer Attractiveness Terhadap <i>Corporate reputation</i>	137
4.6.2 Hasil Pengaruh <i>Employer Used of Social Media</i> Terhadap <i>Corporate reputation</i>	138
4.6.3 Hasil Pengaruh Hubungan <i>Corporate Reputation</i> Terhadap <i>Intention to Apply For a Job</i>	139

4.6.4 Hasil Pengaruh Hubungan <i>Job Characteristics</i> Terhadap <i>Intention to Apply For a Job</i>	140
4.7 Implikasi Manajerial	141
4.7.1 Perhatian Perusahaan Terhadap Kelima Dimensi <i>Employer attractiveness</i> Untuk Meningkatkan <i>Corporate reputation</i>	141
4.7.2 Perhatian Perusahaan Terhadap <i>Employer used of social media</i> Untuk Meningkatkan <i>Corporate reputation</i>	143
4.7.3 Perhatian Perusahaan Terhadap <i>Corporate reputation</i> Untuk Meningkatkan <i>Intention to apply for a job</i>	144
4.7.4 Perhatian Perusahaan Terhadap <i>Job characteristics</i> Untuk Meningkatkan <i>Intention to apply for a job</i>	145
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	147
5.1 Kesimpulan	147
5.2 Saran.....	148
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	148
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	156
DAFTAR PUSTAKA	158
LAMPIRAN.....	166

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Infografis data APM di Indonesia tahun 2012-2016.....	3
Gambar 1. 2 hasil <i>Survey</i> Harvard Business Review, 2015.....	5
Gambar 1. 3 Lima Kegiatan Utama <i>Recruitment</i> ACC	7
Gambar 1. 4 Survei <i>Multifinance Awareness</i> di Indonesia.....	8
Gambar 1. 5 Peringkat Perusahaan <i>Multifinance</i> Di Indonesia, 2017	9
Gambar 1. 6 Daftar Perusahaan Terbaik di Industri Otomotif, 2016.....	10
Gambar 1. 7 Statistik Pengguna Internet dan Media Sosial, 2017.....	12
Gambar 1. 8 Top <i>Active Social</i> Platform di Indonesia.....	13
Gambar 1. 9 Berbagai <i>Social Media</i> Astra Credit Companies, 2017.....	14
Gambar 1. 10 Hasil Pengolahan Data Karyawan <i>Manager Trainee</i> (MT) ACC.....	19
Gambar 2. 1 <i>Human Resources Management</i>	30
Gambar 2. 2 <i>Steps in Recruitment and Selection Process</i>	34
Gambar 2. 3 Hubungan <i>Employer Brand</i> dengan <i>Employer attractiveness</i>	38
Gambar 2. 4 Proses <i>Employer Branding</i>	39
Gambar 2. 5 <i>The Job characteristics Model</i>	47
Gambar 2. 6 Model Penelitian	54
Gambar 3. 1 Logo Astra Credit Companies	63
Gambar 3. 2 Struktur Kepemilikan Saham Astra Credit Companies	64
Gambar 3. 3 Struktur Organisasi Astra Credit Companies, 2017	68
Gambar 3. 4 Tahap-Tahap Melakukan SEM	96

Gambar 4. 1 Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	101
Gambar 4. 2 Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	112
Gambar 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	102
Gambar 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Indeks Prestasi Kumulatif	103
Gambar 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Angkatan Kuliah	104
Gambar 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Fakultas	105
Gambar 4. 7 Profil Responden Berdasarkan Perilaku Responden Menggunakan Media Sosial.....	107
Gambar 4. 8 Media Sosial yang Sering digunakan Oleh Responden	107
Gambar 4. 9 Media Sosial yang Sering digunakan Oleh Responden	108
Gambar 4. 10 Model Pengukuran <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	127
Gambar 4. 11 Model Struktural <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	133

UMN

DAFTAR TABEL

Table 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	55
Table 3. 1 Tabel Skala Pengukuran <i>Likert</i>	80
Tabel 3. 2 Tabel Operasional Variabel	84
Tabel 3. 3 Tabel Hasil Uji Instrument Penelitian.....	91
Tabel 3. 4 <i>Goodness of Fit</i>	98
Tabel 4. 1 Kategori Skala Interval 5 Kategori.....	109
Tabel 4. 2 Penilaian Responden Terhadap Dimensi <i>Interest Value</i>	110
Tabel 4. 3 Penilaian Responden Terhadap Dimensi <i>Developement Value</i>	112
Tabel 4. 4 Penilaian Responden Terhadap Dimensi <i>Social Value</i>	113
Tabel 4. 5 Penilaian Responden Terhadap Dimensi <i>Economic Value</i>	114
Tabel 4. 6 Penilaian Responden Terhadap Dimensi <i>Application Value</i>	115
Tabel 4. 7 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Employer used of social media</i>	116
Tabel 4. 8 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Corporate Reputation</i>	118
Tabel 4. 9 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Intention to Apply For a Job</i>	119
Tabel 4. 10 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Job Characteristics</i>	121
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas <i>Pretest</i>	122
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reabilitas <i>Pretest</i>	124
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	128
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reabilitas <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	131
Tabel 4. 15 Hasil Uji Kecocokan <i>Goodness Of Fit</i>	134
Tabel 4. 16 Uji Hipotesis	135